

Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes

Un proyecto de prevención



Trabajo de Fin de Grado

Alumna: María Romo del Olmo

Tutor: Federico Hervías Ortega

Grado en Psicología

Facultad de Ciencias de la Educación

Julio de 2020

ÍNDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	2
1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Justificación de la propuesta.....	3
2. MARCO TEORICO.....	4
2.1. Las redes sociales en la adolescencia.....	4
2.2. Trastorno de la imagen corporal.....	7
2.3. Influencia de las publicaciones de Instagram en la satisfacción con la imagen corporal.....	8
2.4. Modelos explicativos.....	11
3. OBJETIVOS DEL TRABAJO.....	13
3.1. General.....	13
3.2. Específicos.....	13
4. METODOLOGÍA.....	14
4.1. Participantes.....	14
4.2. Cronograma.....	14
5. ACTIVIDADES.....	15
5.1. Objetivos concretos de cada actividad.....	15
5.2. Materiales.....	17
5.3. Desarrollo de la actividad.....	18
6. EVALUACIÓN.....	29
7. DISCUSIÓN, LIMITACIONES Y PROPUESTA DE FUTURO.....	30
8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	32
9. ANEXOS.....	37

RESUMEN

Los medios de comunicación y las redes sociales son plataformas de Internet que tienen la capacidad de influir en la vida de los adolescentes en diversas áreas, entre ellas la imagen corporal. La satisfacción corporal es un hecho que cobra mucha importancia en dicha población, debido a que en esta etapa suceden la mayoría de los cambios físicos, se desarrolla la personalidad, se forja la autoestima-Además estos son más vulnerables a los medios de comunicación y las redes sociales. El programa que se presenta a continuación está destinado a chicas adolescentes. Con él se pretende mejorar la satisfacción de la propia imagen corporal y el bienestar tanto emocional como físico. Para ello, se han elaborado 9 sesiones, tanto formativas como prácticas, compuestas por 10 talleres en los que las chicas trabajarán distintos temas relacionados con la imagen corporal y las redes sociales con el objetivo de que mejoren su satisfacción, la autoestima, el bienestar emocional, las habilidades sociales y además aumenten sus conocimientos relacionados con la imagen corporal.

Palabras clave: Imagen corporal, autoestima, satisfacción corporal, redes sociales y adolescencia.

ABSTRACT

Media and social media are Internet platforms that have the ability to influence the lives of adolescents in different matters. Body satisfaction is something very important in this population because most of the physical changes happen at this stage, personality develops, self-esteem is built. Also, people are more vulnerable to the media and social networks. The program presented below is destined to teenage girls. With it, it is tried to improve the satisfaction of the own image and the well-being both emotional and physical. On this purpose, 9 sessions have been prepared, both training and practical, made up of 10 workshops in which the girls will work on different topics related to body image and social networks with the aim of improving their body satisfaction, self-esteem, emotional well-being, social skills and also increase their knowledge related to body image.

Key words: body image, self-esteem, body satisfaction, social media, adolescence.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación de la propuesta

Actualmente, Internet, las redes sociales y los dispositivos electrónicos inteligentes se han hecho cada vez más importantes en la vida de las personas, sobre todo en la de los jóvenes. Han aportado muchos beneficios y ventajas a la vida cotidiana por las facilidades que ofrecen a la hora de buscar información, de mantener contacto con personas que se encuentran a mucha distancia o de establecer relaciones y vínculos con otros usuarios de la web 2.0. Sin embargo, igual que aporta beneficios, también puede llegar a ser perjudicial ya que, un mal uso, o uso excesivo de esta web, puede desarrollar conductas desadaptativas en los adolescentes¹ debido a la etapa de desarrollo en la que se encuentran. Esta etapa se caracteriza, entre otras, por el desarrollo de la identidad y el establecimiento del autoconcepto y autoestima, lo que puede verse afectado por el consumo inapropiado de las redes sociales, pudiendo llegar a provocar insatisfacción de la imagen corporal.

Ofrecer una buena imagen corporal es un hecho muy importante para los adolescentes debido a los refuerzos positivos que conlleva cumplir con el ideal de belleza que exige la sociedad actual, sobre todo para las chicas, ya que son las que más están sometidas a las exigencias de la sociedad. Los modelos estéticos han ido cambiando a lo largo del tiempo, encontrándonos, en la actualidad ante un modelo corporal delgado que es difícil de alcanzar. Las redes sociales, en concreto aquellas que están destinadas a la publicación de fotografías, juegan un papel muy importante. Esto es debido a que, en estas plataformas, las imágenes que se ofrecen intentan mostrar un perfil lo más perfecto posible. Esto puede generar inseguridades en los usuarios que visualizan el contenido, pudiendo llegar a provocar conductas que pueden dañar la salud con motivo de cambiar algún aspecto físico mediante dieta o deporte excesivo.

De esta forma, y considerando la problemática existente, considero que este Trabajo de Fin de Grado puede ofrecer un programa de prevención destinado a chicas adolescentes con el fin de que conozcan esta realidad, aumenten su autoestima, mejoren su autoconcepto y aprendan a valorarse y a aceptarse tal y como son.

¹Este trabajo se adhiere a la economía del lenguaje ajustándose a la normal gramatical, refiriéndose tanto a chicos como a chicas en su expresión general.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Las redes sociales en la adolescencia

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han llegado a la vida de las personas y se han instalado de forma natural y cotidiana, teniendo un impacto considerable en los procesos de socialización de adolescentes y jóvenes, de tal forma que resulta complicado concebir el día a día sin Internet y las redes sociales (Heredia y García, 2017). Ya no sólo se cuenta con Internet en los ordenadores, tablets o teléfonos móviles, sino que también se encuentra en televisiones e incluso en relojes inteligentes, haciendo posible la capacidad de que se pueda estar más tiempo conectado a la red.

Las redes sociales son plataformas de Internet que han desarrollado una nueva forma de presentarse a los demás mediante la publicación de contenidos y fotografías. Hoy en día las redes sociales se han convertido en un vehículo de comunicación directa y dinámica, considerándose una fuente fácil, rápida y accesible que brindan la posibilidad de establecer vínculos y relaciones con personas que están a mucha distancia y permitiendo, también, estar en contacto con personas desconocidas, lo que, en ocasiones, puede resultar un riesgo, aún mayor si se trata de adolescentes (Arab y Díaz, 2016; Heredia y García, 2017).

Este uso de las redes sociales no se da para todos los rangos de edad en la misma medida y esto es debido a lo que se conoce como “brecha generacional”; lo que quiere decir que hay una diferencia considerable entre la capacidad que tienen los niños y adolescentes para entender y manejar la tecnología, y la que tienen los adultos. De hecho, en este campo, se distinguen dos conceptos: “nativos digitales” e “inmigrantes digitales”. Estos términos fueron acuñados por Marc Prensky (2001), quién definió a los primeros como aquellos individuos que han nacido y crecido en la era digital, siendo usuarios de las tecnologías con una habilidad extraordinaria, distinguiéndolos de los segundos, que nacieron antes de la invención de las TIC. Cabe destacar la capacidad que tiene un niño pequeño para manejar un dispositivo electrónico y como, por el contrario, los adultos presentan más dificultades para desenvolverse con estos. Esta situación está provocando que las jerarquías familiares se vean modificadas (Arab y Díaz, 2016) de manera que son los más pequeños los que ayudan a sus padres a utilizar correctamente la tecnología que llega hasta casa o a los trabajos y que, cada vez, está más actualizada. Esta inversión de roles implica que los padres tengan menos conocimiento y no dispongan de estrategias de control sobre Internet y los dispositivos electrónicos y, por consiguiente, no tengan la

capacidad o los recursos para proteger a los menores en este universo digital de Internet y de redes sociales, sobre todo, en la etapa de la adolescencia.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2020), la adolescencia es un periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. La adolescencia es uno de los periodos de transición más importantes de la vida del ser humano, caracterizado por un ritmo acelerado de cambios. La OMS manifiesta que, aunque la adolescencia se considera una etapa de crecimiento excepcional y gran potencial, se trata también de una etapa de riesgos considerables, durante la cual el contexto social puede tener una influencia determinante. Esto se debe a que, en esta etapa, los adolescentes se integran en el mundo social. Además, la adolescencia es la etapa donde se desarrolla la construcción de la identidad de cada uno, a través de las relaciones que se instauran con los demás (Martínez y Sánchez, 2016). Los adolescentes se encuentran en un proceso que les permitirá acceder a una identidad personal sólida, a un sentido de seguridad respecto a quiénes son y a lo que desean ser, y a un sentido de la intimidad (Arab y Díaz, 2016). Es por eso por lo que es muy importante tener en cuenta las estrategias, adaptativas o desadaptativas, que generarán los jóvenes para el uso de las redes sociales e Internet, ya que esto ayudará o no en el proceso de la construcción de la identidad.

Con la creación de las redes sociales, los adolescentes han obtenido una considerable cantidad de nuevos contextos en los que crean diversas identidades que van cambiando con mucha rapidez y que pueden afectar al desarrollo personal, dependiendo de cómo sea el uso que se les dé a estas aplicaciones (el tiempo que le dedican, el tipo de red social, etc.) (Arab y Díaz, 2016).

Como se ha mencionado anteriormente, el tipo de uso que se le dé a las redes sociales es muy importante, pero también es determinante el tipo de retroalimentación que reciban de éstas ya que puede ser beneficioso, y también perjudicial para algunos de los jóvenes. El *feedback* que proporciona la sociedad en este tipo de contextos es, en ocasiones, anónimo, lo que da lugar con bastante frecuencia a que se utilice una falsa identidad para hacer comentarios con el fin de hacer daño a la persona que los recibe.

Internet tiene grandes repercusiones en la vida de los jóvenes, así como en su estado emocional. Investigaciones realizadas por García et al. (2008) han demostrado que la relación entre el tiempo que pasan los adolescentes en Internet y el estado emocional es

directamente proporcional. Esto provoca estados de ansiedad, depresión y estrés, lo que modifica la forma que tienen de relacionarse con los demás, así como la búsqueda de identidad (citado en Martínez y Sánchez, 2016). Además, Livingstone (2008) manifiesta que en los últimos años ha aumentado la variedad y accesibilidad de las redes sociales, por lo que compartir información y mantener relaciones sociales a través de sitios web de redes sociales se ha convertido en una forma de administrar el estilo de vida y la identidad (citado en Sabik, Falat y Magagnos, 2019).

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) (2019), dentro de las actividades que se llevan a cabo en Internet, participar en las redes sociales ocupa el cuarto lugar en la población española de entre 16 y 74 años, siendo este fenómeno más común en mujeres que en hombres. De hecho, en un estudio realizado por Young (2007) que se centra en los problemas relacionados con el uso de Internet, demostró que éste es diferente en hombres y en mujeres. Se encontró que los hombres hacen más uso de pornografía (30%), chats sexuales *online* (10%), juegos en Internet (10%) y videojuegos (8%), y, sin embargo, las mujeres hacen más uso de chats *online* (30%) tanto sexuales como generales, de casas de apuestas (4%), juegos en Internet (2%) y compras *online* (2%).

TABLE 1. PROBLEMATIC ONLINE APPLICATIONS BY GENDER

<i>Online activity</i>	<i>Females</i>	<i>Males</i>	<i>Total</i>
Chat (sexual)	30% (34)	10% (11)	40% (45)
Chat (general)	4% (5)	0% (0)	4% (5)
Pornography	0% (0)	30% (34)	30% (34)
Gambling	0% (0)	10% (11)	10% (11)
Gaming	2% (2)	8% (10)	10% (12)
Auction houses	4% (5)	0% (0)	4% (5)
Shopping	2% (2)	0% (0)	2% (2)
Total	42% (48)	58% (65)	100% (114)

Tabla 1. Tabla resumen de las aplicaciones problemáticas en Internet por género (Young, 2007).

Por otro lado, en cuanto a los menores de edad, que se encuentran entre los 10 y 15 años, según el INE, el uso que se hace de las TIC está muy extendido, siendo el 92,2% de la población el porcentaje de menores que utiliza Internet y el 66% de ellos los que poseen teléfono móvil propio. Por otro lado, según un estudio realizado por IAB Spain (2019), las redes sociales más utilizadas por orden de preferencia son Whatsapp (97%), Facebook (74%) e Instagram (70%), siendo ésta última la red que más ha aumentado la frecuencia de visita. Según Seetharaman (2015), Instagram es una red social muy popular,

especialmente entre los adolescentes, ya que permite a sus usuarios compartir fotos y videos con otros (citado en Kleemans, Daalmans, Carbaat, y Anschütz, 2018). Instagram afirma que, desde su inicio en 2010, ha atraído a más de 400 millones de usuarios activos, que publican alrededor de 80 millones de fotos por día.

2.2.Trastorno de la imagen corporal

La relación que existe entre las redes sociales, la autoestima y la insatisfacción de la imagen corporal es aún objeto de debate.

Existen teorías que apuntan que los medios de comunicación, Internet y las redes sociales están íntimamente relacionados con la preocupación de la imagen corporal y la insatisfacción de esta entre los adolescentes (Laderas, 2016). Esta realidad se ha considerado como un problema que, en general, afecta más a las mujeres, aunque, en menor medida, también es común en los hombres (Mitchison et al, 2014). Hoy en día, los ideales de belleza que impone la sociedad están sumamente relacionados con la delgadez (Seva y Casadó, 2015) en mujeres, y con la musculación, en hombres. Es por eso por lo que este tipo de concepción incrementa la posibilidad de desarrollar insatisfacción de la imagen corporal. Bully, Elousa y López-Jáuregui (2012) entienden la insatisfacción de la imagen corporal como una discrepancia entre la imagen corporal de sí mismo percibida por el sujeto y la imagen que tiene como ideal (citado en Manrique Pincay et al., 2018).

La imagen corporal que se tenga de uno mismo está relacionada con los trastornos de alimentación. En el Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales (DSM-5) (Asociación Estadounidense de Psiquiatría, 2013) se distinguen diferentes categorías de trastornos alimentarios y de la ingestión de alimentos. En él se pueden encontrar Trastorno de rumiación, Trastorno de evitación/restricción de alimentos, Anorexia nerviosa, Bulimia nerviosa, Trastorno por atracones y otros trastornos no especificados. La satisfacción con la imagen corporal juega un papel muy importante para comprender y explicar estos trastornos, ya que están determinados, en parte, por la existencia de inquietudes con respecto al peso y la forma corporal. El concepto de imagen corporal se ha definido de muchas formas distintas por diferentes autores a lo largo de la historia, incluyendo insatisfacción de ésta, impulso por la delgadez o la musculatura y la cosificación de uno mismo (Fardouly y Vartanian, 2016). De acuerdo con la teoría de la objetivación de Fredrickson y Roberts (1997), la objetivación toma lugar cuando el cuerpo de un individuo es visto como una “entidad separada” del individuo, como si la

valía personal se limitara a lo que la imagen ofrece. Esta teoría postula que el cuerpo de la mujer en las sociedades occidentales es cosificado, como un objeto para ser visto y evaluado en cuanto a su apariencia (Brea Folgar, 2019)

Debido a esto, se han propuesto como factores de riesgo aspectos de la persona que tienen la capacidad de influir en el desarrollo de preocupaciones sobre la imagen corporal. Uno de los factores considerados más importantes y más comentado es la autoestima. La imagen corporal constituye una parte muy importante de la autoestima de las personas, en especial en la etapa de la adolescencia (Gómez, Bricia y Mendieta, 2019). La imagen corporal se entiende como el conjunto de pensamientos y sentimientos que un individuo tiene acerca de su propio valor (Rosenberg, 1965), la impresión o emoción de uno mismo, que se instaura mediante la evaluación que cada uno realiza de sus propias características (Laderas, 2016). De hecho, la imagen corporal engloba distintos aspectos que dan lugar a la concepción que se tenga del cuerpo (Cash y Pruzinsky, 1990; Thompson, 1990, citado en Salaberria, Rodríguez y Cruz, 2007). Estos aspectos son: Aspectos perceptivos, entendiéndose como la forma en la que se percibe el peso, el tamaño y la forma corporal, que puede llevar a sobrestimaciones o subestimaciones corporales; Aspectos cognitivos – afectivos, refiriéndose a actitudes, sentimientos, pensamientos y valoraciones que despierta el cuerpo, su tamaño, su peso y su forma.; Aspectos conductuales, siendo conductas que se derivan de la percepción y las emociones asociadas al cuerpo.

Como se ha mencionado anteriormente, estos aspectos personales pueden contribuir al desarrollo de inquietudes en la satisfacción corporal y en la autoestima, sobre todo en la población adolescente. En los adolescentes se puede ver reflejada la confianza que tienen en sí mismos, estando la autoestima predispuesta a los cambios internos y externos durante esta etapa evolutiva (Erol y Orth, 2011, citado en Schoeps, Tamarit, González y Montoya-Castilla, 2019). Una baja autoestima puede conllevar un riesgo para la salud mental y el bienestar emocional de los adolescentes, siendo, en este ciclo, un predictor del desajuste psicológico (Keane y Loades, 2016), debido a que estas preocupaciones sobre la apariencia física, la belleza y la delgadez están estrechamente relacionadas con la autoestima. Estas inquietudes pueden verse afectadas por los diferentes contextos en los que se mueven los adolescentes, como, por ejemplo, las redes sociales. Un estudio realizado por Sabik, Falat y Magagnos (2019), demostraron que las redes sociales tienen un impacto negativo en la autoestima y en la satisfacción con la imagen corporal.

2.3. Influencia de las publicaciones de Instagram en la satisfacción con la imagen corporal

Como se ha mencionado anteriormente, son muchos los usuarios registrados en Instagram, posicionándose en primer lugar frente a otras redes sociales. La audiencia de Instagram comparte estilos de vida relacionados con intereses en belleza y moda (Mañas, Núñez y Tur, 2020). Tal y como ha demostrado el INE, las mujeres tienden a usar más las redes sociales que los hombres. Debido a esto, pueden ser más vulnerables a los comentarios y valoraciones que hagan otras personas de su perfil o sus publicaciones (Sabik, Falat y Magagnos, 2019). Así pues, también son más vulnerables en la etapa de la adolescencia ya que suelen ser más fácilmente influenciadas por las imágenes de los medios debido al desarrollo psicosocial que es característico de esta fase (Borzekowski, Robinson y Killen, 2000; citado en Kleemans Daalmans, Carbaat y Anschütz, 2018). De hecho, el fenómeno de que las mujeres hacen mayor uso de las redes que los hombres sucede desde temprana edad. En un estudio realizado por Marengo et al., (2017) se encontró que las chicas de entre 12-15 años hacían un uso mayor de esta plataforma que los chicos, siendo éstas las que más publicaciones comparten.

El contenido de las publicaciones que se encuentran en las redes sociales puede influir negativamente en la visión corporal de las adolescentes al reforzar las creencias de que, para ser considerado atractivo, las personas deben verse de cierta manera (Tiggemann y Zaccardo, 2018). Esto puede ser debido a que la mayoría de las fotografías que podemos ver en esta red, cada vez con más frecuencia, muestran una apariencia física delgada y tonificada (Davies, Turner y Udell, 2020). Los mensajes, imágenes y *likes* en Internet dan forma al autoconcepto y la autopercepción de las mujeres, y tienen consecuencias para los comportamientos de salud y el bienestar psicológico de éstas (Sabik, Falat y Magagnos, 2019). Instagram permite realizar *feedback* a través de *likes* y comentarios (uso activo) y, de la misma forma, los usuarios pueden ver el contenido que otros publican (uso pasivo) (Tiggemann y Zaccardo, 2015). El documental “adictos a las pantallas” (Hermann, 2018) menciona un estudio centrado en los *likes*, ya que afirma que éstos son el motor de las redes sociales. Define recibir un *like* como una aprobación de la comunidad a la vez que una fuente de placer. Un equipo de neurólogos y psicólogos crearon una red social parecida a Instagram donde se podían compartir fotografías. Numerosos estudiantes realizaron publicaciones en esta plataforma y posteriormente escanearon sus cerebros mientras les enseñaban sus propias fotografías con o sin *likes*.

Cuando se mostraba una fotografía con muchos más *likes* que otras, se descubrió que el cerebro tenía una respuesta más fuerte, activándose una parte de éste relacionada con el circuito de recompensa, que es el mismo circuito relacionado con la adicción al alcohol y las drogas.

Por otro lado, en una investigación relacionada con los comentarios, se ha demostrado que los que se realizan como respuestas a las fotografías que se publican en las redes sociales, influyen en las impresiones formadas por los propietarios de los perfiles y en la satisfacción corporal de los individuos que los leen (Davies, Turner y Udell, 2020). Aunque la retroalimentación positiva puede aumentar la autoestima y el autoconcepto, la retroalimentación neutral o negativa puede ser muy perjudicial (Sabik, Falat y Magagnos, 2019). En un estudio realizado por Brooks (2015), se halló que los estudiantes con baja autoestima que usan las redes sociales se sienten decepcionados cuando no reciben comentarios positivos en sus publicaciones (citado en Brea-Folgar, 2019). Por otro lado, Sabik, Falat y Magagnos (2019) demostraron en su investigación que existen relaciones significativas entre el hecho de vincular la autoestima a la retroalimentación mediante comentarios de las redes sociales y el bienestar psicológico.

Además de poder realizar comentarios a las publicaciones de imágenes y dar *likes*, Instagram, ofrece la posibilidad de editar o retocar las fotografías que van a publicarse en esta plataforma, lo que implica que la visualización de “imágenes perfectas” que promueven un ideal de belleza esbelta pueden potenciar el desarrollo de insatisfacción corporal en las usuarias de esta red social, dándole mucha importancia a los *likes* y comentarios que reciben sobre la comparación de su apariencia con la de otros usuarios (Kleemans, Daalmans, Carbaat, y Anschütz, 2017; Mañas, Núñez y Tur, 2020). Una investigación realizada por Kleemans, Daalmans, Carbaat, y Anschütz (2017) manifiesta que las niñas con una mayor tendencia a hacer comparaciones sociales infravaloran su cuerpo, sobre todo después de estar expuestas a las fotografías retocadas en Instagram. De hecho, se ha encontrado que los usuarios de esta plataforma puntúan más alto en “vigilancia corporal” que los de otra red social (Cohen y Slater, 2017), correlacionando positivamente con la auto-cosificación, dando lugar a la comparación e internalización del ideal de belleza (Feltman y Szymanski, 2017, citado en Brea Folgar, 2019)

Por otro lado, las redes sociales también brindan la posibilidad a sus usuarios de acceder a perfiles de marcas famosas o celebridades, ya sean modelos o *influencers*. Los *influencers* son personas que generan publicaciones de interés y que, además, tienen la

capacidad de influir en un determinado colectivo para modificar sus opiniones, haciendo que sigan sus pasos de manera incondicional y compartiendo su estilo de vida en la medida de lo posible (Pérez y Campillo, 2016), lo que promueve que las adolescentes intenten llevar a cabo un estilo de vida parecido al de estas personas.

Actualmente existe una tendencia muy popular en Instagram entre las celebridades e *influencers* que está focalizada en los cuerpos idealizados. Esta tendencia se conoce como *fitspiration* (Boepple et al., 2016, citado en Fatt, Fardouly y Rapee, 2019). *Fitspiration* es una fusión entre *fit* que quiere decir “estar en forma” e *inspiration* que se refiere a “inspiración”. El contenido que incluye está relacionado con imágenes de aptitud física y textos que tienen la intención de inspirar a personas a llevar a cabo una vida saludable y a estar en forma. Autores como Cohen y Slater, (2017) encontraron que llevar a cabo actividades de esta tendencia correlacionaban positivamente con la internalización del ideal de belleza y la vigilancia corporal. Esto sugiere que ver publicaciones de tipo *fitspiration* puede no ser beneficioso para la imagen corporal ya que las chicas comparan su propia apariencia con los cuerpos idealizados de esas imágenes (Fatt, Fardouly y Rapee, 2019).

En general, los medios sociales y de comunicación y la sociedad en sí misma, suelen responsabilizar a las celebridades o *influencers* de retocar fotografías para mejorarlas (Kleemans, Daalmans, Carbaat, y Anschütz, 2017) y de promover actividades *fitspiration* para así lograr el ideal corporal y de belleza, provocando la insatisfacción corporal en los usuarios que ven estas publicaciones e incentivando la comparación y la internalización del ideal de belleza (Fatt, Fardouly y Rapee, 2019). En los estudios realizados por Prichard, McLachlan, Lavis, y Tiggemann (2018), se observaron tanto las publicaciones de chicas que hacían ejercicio o que simplemente estaban posando, como los textos que acompañaban la fotografía o la ausencia de estos y descubrieron que, independientemente de que hubiese un pie de foto inspiracional o no, este tipo de publicaciones provocan un estado de ánimo negativo o insatisfacción corporal. Por lo tanto, hacer publicaciones con este tipo de contenido promueve estándares corporales restrictivos lo que puede influir en la percepción que se tenga sobre el propio cuerpo, la forma de éste, el peso o la dieta, entre otros.

La exposición al ideal de belleza, la internalización de este y las preocupaciones relacionadas con la imagen corporal, nombradas anteriormente, no dejan de ser factores

de riesgo para las chicas en la franja de la adolescencia, ya que forman parte de los modelos etiológicos de los trastornos alimenticios.

2.4. Modelos explicativos

La relación que existe entre las redes sociales y la imagen corporal han requerido el uso de distintas teorías explicativas que la justifiquen.

Una de las teorías es *La Teoría de la Comparación Social* de Festinger (1954), la cual manifiesta que las personas tienden a autoevaluarse mediante la comparación con los demás. Además, afirma que las personas tienden más a establecer una comparación con aquellos que son semejantes y atractivos, al mismo tiempo, aumentando o disminuyendo su autoestima. Con el fin de explicar la relación que existe entre la imagen corporal y las redes sociales, se ha verificado que una considerable discrepancia entre el yo “real” y el yo “ideal” puede provocar sentimientos de tristeza, desánimo y depresión. Es por eso por lo que las chicas van a tender a compararse con los estándares de belleza mostrados en las redes e identificar una gran diferencia entre su cuerpo y el que observan, considerado como el ideal, lo que puede llevar a que las adolescentes desarrollen insatisfacción corporal.

Por otro lado, encontramos *La Teoría de Cultivo* de Gerbner, Cross, Morgan y Signoriel (1994) que sostiene que, cuánta más televisión ve una persona, más probabilidades existen de que crea que la vida que muestra la televisión es real (citado en Laderas, 2016). La capacidad de influencia que tiene la televisión sobre las personas que consumen los distintos programas que oferta es similar a la que las redes sociales tienen sobre los usuarios que la utilizan. Es por eso por lo que se puede destacar que, cuánto más expuestas estén las personas a las redes sociales, más posibilidades existirán de que éstas crean que el ideal de belleza y delgadez que se demuestra en estas redes sea real.

La Teoría de la Cognición Social de Bandura (1994) manifiesta que las personas aprenden y modelan sus comportamientos a través de los comportamientos de personas atractivas (citado en Holmstron, 2004). Haciendo una reflexión sobre esta teoría en relación con la imagen corporal, se puede llegar a la conclusión de que las chicas aprenden e intentan imitar el ideal de belleza y de delgadez que muestran las redes sociales mediante la realización de dietas o deporte con el fin de llegar a ser parte del canon de belleza que las redes sociales exponen. Cabe destacar que la imitación juega un papel sumamente importante en la adquisición de la conducta (Bandura y Walters, 1974). El

hecho de observar la conducta de los demás y las consecuencias que van tras las respuestas hace que el que observa estas conductas pueda aprender comportamientos nuevos o variar las características de conductas previas, sin llevar a cabo ninguna respuesta manifiesta ni recibir ningún refuerzo directo. De hecho, en muchos casos, el observador puede aprender tanto como el ejecutante (McBrearty, Martson y Kanfer, 1961; citado en Bandura y Walters, 1974). En relación con la imagen corporal y las redes sociales, el hecho de que los y las adolescentes observen en sus modelos a seguir comportamientos en las plataformas que están reforzados positivamente por la sociedad puede provocar que estos individuos lleven a cabo conductas parecidas a ellos, con el fin de cumplir con los ideales de belleza y delgadez y recibir, por tanto, *feedback* positivos.

Otro modelo que cabe destacar es el *Modelo de Influencia Tripartita* de Thompson et al (1999). Este modelo propone que la percepción del cuerpo ideal proviene de tres fuentes principales: compañeros, familia y medios de comunicación (citado en Fatt, Fardouly y Rapee, 2019) motivando la internalización de este ideal y las comparaciones de apariencia. Esta teoría hace referencia al hecho de que las publicaciones de imágenes de cuerpos ideales que se hacen en las redes sociales, la influencia de los iguales y los valores que aporte la familia, en general, pueden incentivar a la comparación de la imagen corporal y a concebir este ideal como algo real.

3. OBJETIVOS DEL TRABAJO

3.1. Objetivo general

El objetivo general de este trabajo es realizar un programa de prevención selectiva destinado a chicas adolescentes que incluya fundamentación teórica y práctica acerca del trastorno de la imagen corporal, las redes sociales y como éstas afectan a la autoestima y a la satisfacción con la imagen que tengan de sí mismas, intentando lograr así aumentar la satisfacción corporal y la autoestima, favoreciendo el bienestar de cada una de ellas.

3.2. Objetivos específicos

- (1) Evaluar autoestima y autoconcepto.
- (2) Adquirir conocimientos sobre las redes sociales y trastorno imagen corporal.
- (3) Demostrar diferencia entre redes sociales y realidad
- (4) Incrementar la autoestima

- (5) Reforzar el autoconcepto y la confianza en uno mismo.
- (6) Desarrollar la valía personal.
- (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente
- (8) Adoptar hábitos saludables.
- (9) Mejorar habilidades sociales en contextos virtuales.
- (10) Promover el ejercicio físico sano.

4. METODOLOGIA

4.1. Participantes

La población a la que va destinada este programa de prevención es la de chicas adolescentes de entre primer y cuarto curso de la Enseñanza Secundaria Obligatoria (E.S.O.) ya que, como se ha dicho anteriormente, son el sector de población más influenciado ante las redes sociales de forma negativa, haciendo que aumente el riesgo de sufrir insatisfacción con la imagen corporal debido al ideal de belleza que la sociedad exige desde hace años.

4.2. Cronograma

ACTIVIDADES	DIAS					
	L	M	X	J	V	
Reunión equipo directivo						
Sesión 1: Evaluación pretest				S1		Semana 1
Sesión 2: Psicoeducación Sesión 3: Instagram VS realidad	S2			S3		Semana 2
Sesión 4: Autoestima Sesión 5: Habilidades sociales	S4			S5		Semana 3
Sesión 6: Imagen corporal Sesión 7: Hábitos saludables	S6			S7		Semana 4
Sesión 8: Psicoeducación padres Sesión 9: Evaluación postest.	S8			S9		Semana 5

Figura 1. Cronograma de distribución de las sesiones

Nota: Este cronograma podrá variar según la disponibilidad horaria del centro donde se realice el programa.

5. ACTIVIDADES

En este proyecto de prevención se llevarán a cabo distintas actividades destinadas a la consecución de los objetivos mencionados anteriormente. Se usarán técnicas como la psicoeducación, la reestructuración cognitiva, role-playing, tareas para casa, etc. Para completar estas actividades se llevarán a cabo 9 sesiones, por lo que este proyecto tendrá una duración de 5 semanas.

En primer lugar, el programa comienza con una reunión inicial con el equipo directivo del centro donde se vaya a llevar a cabo, en la que se explicarán los objetivos del proyecto y la necesidad de este. Por otro lado, también se establecerá el horario semanal con el fin de poder realizar las actividades propuestas para cada sesión con la intención de que las alumnas no tengan que faltar a ninguna clase.

En segundo lugar, se solicitará una reunión con los padres y madres de las alumnas para explicarles en qué consiste el programa, qué finalidades tiene, la duración de este, y los procedimientos que se van a llevar a cabo. Para confirmar que están de acuerdo y que acceden a que sus hijas participen se les entregará un consentimiento informado (ver Anexo 1) que deberán firmar para que quede constancia.

5.1. Objetivos concretos de cada actividad

Tabla 2.

Tabla resumen de contenido en base a objetivos concretos de cada actividad

Sesión	Taller	Contenido	Objetivos
Sesión 1	Taller 1. Comenzamos	Evaluación inicial y reflexiones de la imagen corporal en relación con las redes sociales	(1) Evaluación autoestima y autoconcepto
Sesión 2	Taller 2. Psicoeducando Taller 3. Desmontando “realidades”	Aportar información necesaria relacionada con la imagen corporal y la influencia de las redes sociales sobre ésta. Realización de actividades para reforzar los conocimientos aportados.	(2) Adquisición conocimientos sobre las redes sociales e imagen corporal

Tabla 2.

Tabla resumen de contenido en base a objetivos concretos de cada actividad (Continuación)

Sesión 3	Taller 4. Aceptándome.	Se aportará información sobre una tendencia que existe en las redes sociales para demostrar la manipulación que existe detrás de cada imagen. Luego, se realizará una actividad de fotografía con el fin de que asuman que en las redes sociales no se muestra la realidad. Por último, se visualizará un vídeo que ayudará a la reflexión de la valía personal.	(2) Adquisición conocimientos sobre las redes sociales e imagen corporal (3) Demostrar diferencia entre redes sociales y realidad (4) Incrementar la autoestima (6) Desarrollar valía personal (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente.
Sesión 4	Taller 5. Trabajando la autoestima	Breve explicación de la autoestima. Posteriormente se realizarán tres actividades con el objetivo de mejorar la autoestima.	(4) Incrementar la autoestima. (5) Reforzar el autoconcepto y la confianza en uno mismo. (6) Desarrollar valía personal. (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente.
Sesión 5	Taller 6. Mejorando mis habilidades	Breve explicación de las habilidades sociales. A continuación, se llevarán a cabo diferentes actividades relacionadas con las habilidades sociales con la finalidad de desarrollarlas o mejorarlas.	(6) Desarrollar valía personal. (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente. (9) Mejorar habilidades sociales
Sesión 6	Taller 7. ¿Cómo te ves?	Se llevarán a cabo actividades relacionadas con la imagen corporal con ayuda de las redes sociales con el fin de cumplir los objetivos.	(5) Reforzar el autoconcepto y la confianza en uno mismo. (6) Desarrollar la valía personal.

Tabla 2.

Tabla resumen de contenido en base a objetivos concretos de cada actividad (Continuación)

			(7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente
Sesión 7	Taller 8. La importancia de una buena dieta	Se ofrece información acerca de tener unos buenos hábitos alimenticios y de la realización correcta y limitada de ejercicio físico.	(8) Adoptar hábitos saludables. (10) Promover el ejercicio físico sano.
Sesión 8	Taller 9. Psicoeducando a padres	Ofrecer información a los padres de las participantes sobre las redes sociales, la imagen corporal y la evolución de éstas.	(2) Adquirir conocimientos sobre las redes sociales y trastorno imagen corporal. - Conocer la evolución de sus hijas.
Sesión 9	Taller 10. Evaluación final	Realizar la evaluación final y reflexionar sobre el programa. Actividad final en la que tendrán que escribir una carta para ellas mismas.	(1) Evaluar autoestima y autoconcepto. - Evaluar si se han conseguido los objetivos

5.2. Materiales y recursos

- Consentimiento informado para los padres de cada alumna (Anexo 1).
- **Body Shape Questionnaire, BSQ** (Anexo 2). Diseñado por Cooper, Taylor, Cooper y Fairburn (1987) y adaptado por Raich, Mora, Soler, Ávila, Clos y Zapater (1996). Este cuestionario está compuesto por 34 ítems que evalúan la satisfacción corporal, el deseo de perder peso, el miedo a engordar, la autodesvalorización por la apariencia física y la evitación de las situaciones en las que la apariencia física pudiera atraer la atención de los otros. Constituye una escala de tipo Likert de 6 puntos donde 1 = nunca y 6 = siempre. Conformar una división de cinco factores: preocupación por el peso, preocupación por los aspectos antiestéticos de la obesidad, insatisfacción y preocupación corporal general, insatisfacción corporal respecto a la parte inferior del cuerpo y empleo de

vómito o laxantes para reducir la insatisfacción corporal. Tiene una fiabilidad entre 0.93 y 0.97.

- **Escala de Autoestima de Rosenberg (RSE)** (Anexo 3). Este cuestionario fue diseñado por Rosenberg (1965) y modificado por Atienza, Balaguer y Moreno (2000). Está compuesto por 10 ítems con el objetivo de evaluar la satisfacción que tiene la persona de sí misma. Consta de una escala tipo Likert, donde 1 corresponde a muy en desacuerdo y 4 a muy de acuerdo. Tiene una fiabilidad de 0.80.
- **Encuesta de satisfacción con el programa de prevención** (Anexo 4). Este cuestionario, diseñado *ad hoc*, está compuesto de 10 ítems que evalúan la satisfacción general del programa, incluyendo la duración, metodología, horarios, programación, trato, etc. Consta de una escala tipo Likert de cuatro puntos, siendo 1= totalmente en desacuerdo y 4= totalmente de acuerdo.
- **Presupuesto de recursos humanos y materiales** (Ver Anexo 7)
- Además de los instrumentos mencionados, también serán necesarios otros materiales audiovisuales, videos y fotografías para llevar a cabo el desarrollo de las actividades, así como folios, bolígrafos y lápices de colores y un cuaderno en blanco para personalizar.

5.3. Desarrollo de cada actividad

El programa requiere hacer uso de un cuaderno. En ese cuaderno todos los días se irá apuntando qué se hace en cada sesión y lo personalizarán a su gusto con el fin de que, al final, tengan un libro particular que puedan usar siempre que quieran y puedan ver cuál ha sido el proceso y las actividades que han realizado a lo largo de toda el programa, reforzando así los pensamientos y comportamientos que se van a intentar promover con cada taller.

Sesión 1: Evaluación pretest (1 hora y media)

Descripción: Esta sesión se compone de un taller. En este taller se realizará la evaluación inicial y se llevarán a cabo reflexiones sobre la imagen corporal en relación con las redes sociales.

Objetivos de la sesión:

- (1) Evaluación de la autoestima y el autoconcepto de las participantes.

Taller 1: Comenzamos. En este taller, las chicas comenzarán realizando dos cuestionarios. Uno sobre la imagen corporal y otro sobre la autoestima. Posteriormente se llevarán a cabo debates acerca del conocimiento que tienen o lo que opinan sobre las redes sociales y lo que implican en la imagen corporal, además de la visualización un vídeo que habla de las redes sociales y las exigencias de belleza en las chicas.

- Actividad 1: Evaluación inicial. En primer lugar, se entregarán los cuestionarios impresos que cada participante debe cumplimentar de manera individual. Estos cuestionarios pueden visualizarse en Anexos (Ver Anexos 2 y 3). Uno de ellos recoge información acerca de cómo se ha sentido la persona en el último mes respecto a su figura y el otro recoge información sobre la autoestima de la participante.
- Actividad 2: Aclaración de los objetivos que tiene esta propuesta de prevención con la finalidad de que las participantes sepan qué es lo que se pretende lograr con los talleres que se van a llevar a cabo.
- Actividad 3: Visualización del vídeo “Dear girls, you’re ugly”. Posteriormente, reflexionar sobre lo que se ha visualizado, poniendo en común lo que creen o saben acerca del trastorno de la imagen corporal y como las redes sociales pueden influir en éste.

Materiales necesarios: bolígrafos, cuestionarios impresos y proyector.

Sesión 2: Psicoeducación (1 hora y media)

Descripción: Esta sesión se compone de dos talleres. En el primer taller se aportará información relacionada con la imagen corporal y la influencia de las redes sociales sobre ésta. En el segundo, se realizarán actividades relacionadas con la imagen corporal y las redes sociales.

Objetivos de la sesión:

- (2) Adquirir conocimientos necesarios sobre las redes sociales y trastorno imagen corporal.

Taller 2: Psicoeducando. En este taller se empezará recordando el debate de la sesión anterior, las ideas que se dijeron y aportando nuevas conclusiones si se diese la ocasión. Posteriormente, se aportará información para que las chicas adquieran los conocimientos

necesarios acerca de la insatisfacción de la imagen corporal, los problemas que esto puede conllevar a causa del ideal de belleza sociocultural y las redes sociales.

- Actividad 1: Lista de ideas que han aportado las chicas sobre la imagen corporal en relación con las redes sociales.
- Actividad 2: Psicoeducación. Esta actividad consiste en aportar información para la adquisición de los conocimientos necesarios con ayuda de un PowerPoint (ver Anexo 8) o cualquier material que la persona encargada del taller necesite. Para ello, se hablará de la adolescencia, los cambios que se producen en ésta, y la importancia de tener un buen desarrollo de la identidad en esta etapa. Por otro lado, se hablará de lo que se entiende por imagen corporal, el ideal de belleza que existe en la sociedad y las consecuencias que puede conllevar una internalización negativa de estos conceptos. Aspectos positivos y negativos de las redes sociales, las funciones que realizan, los efectos que puede tener un uso excesivo de estas plataformas y como éstas pueden influir directamente en la satisfacción de la figura corporal y su apariencia.

Taller 3: Desmontando “realidades”. Este taller empezará con un debate para poner en común las ideas de la influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal. Después se realizarán dos actividades que consiste en buscar fotografías en redes sociales relacionadas con el físico.

- Actividad 1: Debates. Se discutirá entre todas las participantes las publicaciones que se hacen en las redes sociales que promueven la insatisfacción de la imagen corporal y como estas publicaciones y las interacciones que tienen de terceras personas influyen en nuestros pensamientos y comportamientos.
- Actividad 2: Propuesta de ejemplos. Se les propone a las participantes que pongan ejemplos de fotografías de chicas que ellas consideran que tienen buen cuerpo. Posteriormente se hará un debate acerca de por qué consideran que tienen una imagen corporal bonita y valorada positivamente por la sociedad.
- Actividad 3: Críticas destructivas (ver Anexo 5). Buscar en las fotografías que hayan elegido, u otras, comentarios negativos hacia la protagonista de la imagen. La formadora explicará que, aunque se tengan un cuerpo bonito a juicio de muchas personas, no es así para muchas otras. Se pondrán ejemplos de algunas

celebridades que han sufrido críticas destructivas incluso estando delgadas y cumpliendo el ideal de belleza.

Materiales necesarios: Cuaderno, proyector, bolígrafos, móvil e Internet.

Sesión 3: Instagram vs realidad (2 horas)

Descripción: Esta sesión se compone de un taller de cuatro actividades. En éstas se habla de la adolescencia, de la dinámica de la red social Instagram, dando a conocer que no todo lo que se ve en esta plataforma es real.

Objetivos de la sesión:

- (2) Adquirir conocimientos sobre las redes sociales y trastorno de imagen corporal
- (3) Demostrar diferencia entre redes sociales y realidad
- (4) Incrementar la autoestima
- (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente

Taller 4: Aceptándome. Este taller empezará con una introducción sobre la adolescencia, los cambios que existen en ella, la importancia de tener un crecimiento saludable a nivel emocional, recordando lo expuesto en la sesión anterior. A posteriori se van a mostrar perfiles de celebridades y se va a explicar una tendencia que existe en esta plataforma.

- Actividad 1: Introduciendo la adolescencia. Hacer hincapié recordando que la adolescencia es una etapa en la que hay muchos cambios, donde la personalidad empieza a forjarse y donde los chicos y chicas son muy influenciados al contenido que se ven en los medios de comunicación o redes sociales, pudiendo llegar a creer que las publicaciones que se visualizan en este tipo de plataformas forman una realidad.
- Actividad 2: Yo ideal vs yo real (ver Anexo 6). Mostrar que existe una tendencia en esta red social promovida por *influencers* y celebridades que consiste en publicar la misma fotografía dos veces con algunas diferencias. La primera de ellas es una fotografía editada, con filtros, donde la chica sale posando, mostrando su mejor perfil, intentando no mostrar ningún tipo de los que se consideran defectos, tales como estrías o la grasa que se acumula en el abdomen y caderas;

siendo la segunda de ellas la misma foto, pero más acorde con la realidad, con la misma pose, pero sin editar, sin retocar, sin filtros y mostrándose tal y como es.

- Actividad 3: Sesión de fotos. En esta actividad las chicas se tienen que disponer en parejas y tendrán que echarse fotos mutuamente. El objetivo es que intenten lograr que una de las fotografías sea lo más perfecta posible. Con esto se pretende lograr que las chicas analicen cada publicación que vean y sepan que, aunque la imagen que visualicen aparentemente sea perfecta, lleva detrás un gran trabajo para lograr esa perfección, intentando conseguir así que asuman que todo lo que ven en las redes sociales no es la realidad.
- Actividad 4: Visualización del vídeo “Is social media fake? – Instagram Challenge”. Tras esto y la actividad anterior, se llevará a cabo una reflexión sobre la opinión que tienen del tema tratado en el vídeo y del ejercicio que han hecho con anterioridad. Las chicas van a reflexionar acerca de las diferencias que se ven en las fotografías que se echaron y se va a debatir por qué creen que una imagen que no es totalmente honesta con la realidad aumenta más la autoestima y la seguridad en ellas que la imagen que sí les representa. Con esta actividad se quiere lograr que las chicas recapaciten acerca de la valoración que hacen de ellas mismas y en qué nivel aceptan cómo son.

Materiales necesarios: Cámara de fotos, proyector, maquillaje, cuaderno, impresora, bolígrafos.

Sesión 4: Autoestima (2 horas).

Descripción: Esta sesión está compuesta por un taller de cuatro actividades que, principalmente, son ejercicios para aumentar y mejorar la autoestima. Además, se va a proponer una tarea que tendrán que llevar a cabo en casa durante el programa.

Objetivos de la sesión:

- (4) Incrementar la autoestima
- (5) Reforzar el autoconcepto y la confianza en uno mismo.
- (6) Desarrollar valía personal
- (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente

Taller 5: Trabajando la autoestima. Este taller va a comenzar con una breve explicación de la autoestima, lo que conlleva y lo necesario que es desarrollarla. Luego, se van a llevar a cabo diferentes actividades con el objetivo de mejorar ésta.

- Actividad 1: Autoestima. Esta actividad consiste en explicar qué es la autoestima, qué implica, por qué es importante desarrollarla de manera saludable. Explicar lo necesario e importante que es hacer introspección para intentar conocernos lo máximo y de la mejor manera posible.
- Actividad 2: Personalidad positiva. La primera actividad consiste en que las participantes se den cuenta de que las personas de su alrededor también piensan cosas positivas de ellas. Para ello, las chicas tendrán que escribir tres cualidades de la personalidad en un papel de una de las participantes que haya sido asignada de forma aleatoria por la formadora. Una vez que lo hayan llevado a cabo, tendrán que sentarse en círculo y cerrar los ojos. La formadora tocará la cabeza de la participante que le toque y ésta deberá depositar su papel detrás de la persona que le haya tocado. Ésta, posteriormente, deberá leer en voz alta lo que está escrito en el papel.
- Actividad 3: Imagen positiva. Esta actividad está relacionada con promover una imagen corporal sana y positiva. Para ello las chicas se pondrán ante un espejo y tendrán que valorar cada parte de su cuerpo, tanto las que les gusta como las que no y sacar lo positivo de cada parte independientemente del aprecio que le tengan a cada una, enumerando del 1 al 10 según la aceptación que tengan de sí mismas. Las chicas tendrán que decir aspectos positivos de la que esté ante el espejo en ese momento con el objetivo de que entre ellas sepan ayudarse y animarse, para que así se den cuenta de que siempre se puede encontrar un aspecto positivo y bueno dentro de algo que no termina de agradar.
- Actividad 4: Venta personal. En esta actividad se realizará un debate en el que las chicas reflexionen acerca de los aspectos positivos que tienen, que ellas mismas no valoran y que los demás sí lo hacen. A continuación, tendrán que realizar una presentación de ellas mismas donde tengan que venderse de la mejor manera posible, mostrando sus cualidades, logros, fortalezas, etc.

Tareas para casa: Realizar verbalizaciones positivas de ellas mismas cada vez que estén frente al espejo. Hablar consigo mismas en tono seguro y confiado. Esta tarea se propone

para que se lleve a cabo durante todo el programa y, se animará a seguir una vez ésta finalice.

Materiales necesarios: Cuaderno, bolígrafos, rotuladores, proyector, espejo y papeles.

Sesión 5: Habilidades sociales (1 hora y media).

Descripción: Esta sesión se compone de un taller que contiene tres actividades relacionadas con las habilidades sociales y la imagen corporal. En la primera actividad se dará información acerca de las habilidades sociales, en el segundo ejercicio se realizará un debate y en el tercero se llevará a cabo un role-playing. Además, se mandará una tarea para casa.

Objetivos de la sesión:

- (6) Desarrollar la valía personal.
- (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente.
- (9) Mejorar habilidades sociales.

Taller 6: Mejorando mis habilidades. En este taller se van a llevar a cabo diferentes actividades en relación con las habilidades sociales. Primero se hará una charla informativa acerca de las habilidades sociales. Por otro lado, se llevarán a cabo ejercicios como el role-playing para aprender a desarrollar estas habilidades.

- Actividad 1: Pequeña introducción teórica de las habilidades sociales: qué son, en qué consisten, cómo pueden mejorarse, en qué situaciones las llevamos a cabo, por qué son importantes para el día a día. A partir de toda esta información, se propondrá un debate para que las chicas reflexionen acerca de los comportamientos que tiene la sociedad con algunas personas que tienen un cuerpo determinado que no se parece al ideal de belleza sociocultural.
- Actividad 2: Después de las reflexiones de la actividad anterior, se mostrarán fotografías de todo tipo de cuerpos. La finalidad es que las chicas intenten encontrar comentarios y aspectos positivos para todas las personas independientemente del físico que tengan.
- Actividad 3: Role-playing. En este ejercicio, las chicas tienen que disponerse en tantos grupos como vean necesarios con la finalidad de realizar un role-playing.

En éste, tendrán que representar una escena donde se ponga en práctica las habilidades sociales, bien mediante redes sociales, o en persona. La finalidad de esta actividad es que las chicas desarrollen la empatía, la comprensión y aprendan a encontrar los aspectos positivos de cada persona antes que los negativos.

Tarea para casa: poner en práctica las habilidades sociales a través las redes sociales, buscando los aspectos positivos de cada publicación que vean, evitando las comparaciones y aceptando que cada persona es diferente. Apuntar en el cuaderno las situaciones que ha encontrado y como las ha gestionado para comentar en el siguiente taller.

Materiales necesarios: Cuaderno, bolígrafos, móvil, proyector.

Sesión 6: Imagen corporal (2 horas)

Descripción: Esta sesión se compone de un taller de seis actividades. En estas actividades las chicas comprenderán que todos son diferentes y aprenderán a valorarse y aceptarse a sí mismas.

Objetivos de la sesión:

- (5) Reforzar el autoconcepto y la confianza en uno mismo.
- (6) Desarrollar la valía personal.
- (7) Fomentar la aceptación de uno mismo y concienciación de que cada persona es diferente

Taller 7: ¿Cómo te ves? Este taller consta de seis actividades que van a tratar la imagen corporal que tienen las chicas de sí mismas y cuál sería la que les gustaría dar.

- Actividad 1: En este ejercicio las chicas tienen que buscar en las redes sociales una o varias fotografías de la persona que posee el físico ideal que ellas querrían tener y que mejor valorado está por la sociedad. Además, tendrán que mostrar una fotografía de ellas mismas. A continuación, reflexionarán comparándose ellas con la imagen de la persona que han escogido, y no sólo con su físico sino también con las circunstancias de la vida en el día a día.
- Actividad 2: Realizarán una lista de motivos por el que sueñan con tener ese físico, cuáles son los objetivos que sí creen que alcanzarían con ese cuerpo y no con el que tienen ahora. Tras esto, se lleva a cabo una puesta en común de las reflexiones

de cada una de ellas comentando en voz alta aquellas tres cuestiones más comunes. Entre todas tendrán que llegar a la conclusión de si es posible que dicho objetivo se consiga alcanzar sin tener en cuenta el físico, con actitudes y habilidades personales.

- Actividad 3: Fotografía de una *influencer*. Se les muestra a las chicas una fotografía de una *influencer* llamada María Pombo y se les pregunta qué opinan tanto de su físico como de su vida personal y laboral. A posteriori, se les expone el hecho de que a sus 25 años tiene una enfermedad grave que, debido a su vida laboral se ve obligada a compartir en público. Tras esto, las chicas deben reflexionar sobre la opinión que tenían de la *influencer* antes de conocer este dato.
- Actividad 4: María Pombo incorpora la frase “*Nunca jamás compares con nadie tu felicidad, tu cuerpo, tus relaciones, ni tus metas en la vida, y menos aún en Instagram*” cada vez que envía un pedido de su marca. En esta actividad las chicas tendrán que redactar una frase ajustada a su situación personal con el propósito de obtener los mismos resultados que la *influencer* intentó obtener.
- Actividad 5: Aceptación de uno mismo. Esta actividad consiste en concienciar a las chicas de que el físico no es ni lo único ni lo más importante. Para ello visualizarán un vídeo “A message from your body” y posteriormente tendrán que reflexionar sobre él.
- Actividad 6: Tras la visualización del vídeo, las chicas realizarán un juego. Éste consistirá en moverte al ritmo de la música por toda la habitación hasta que la canción se pare. Cada vez que esto suceda, las chicas deberán decir tres cualidades físicas de la persona de la que se encuentren más cerca, intentando siempre moverse alrededor de personas diferentes.

Materiales necesarios: Bolígrafos, cuaderno, proyector e Internet.

Sesión 7: Hábitos de vida saludable (1 hora y media).

Descripción: Esta sesión se compone de un taller. En éste se aportará información sobre los hábitos alimenticios. Además, también se hablará de la importancia de hacer ejercicio físico, siempre y cuando éste no sea desmesurado.

Objetivos de la sesión:

- (8) Adoptar hábitos saludables.

(10) Promover el ejercicio físico sano.

Taller 8: La importancia de una buena dieta. En este taller se dará información a las participantes de los hábitos saludables en cuanto a la alimentación. Por otro lado, también se informará de dietas insalubres que se llevan a cabo con el fin de conseguir el ideal de belleza sociocultural. También se hablará de los beneficios del ejercicio físico en su justa medida.

- Actividad 1: Salud alimenticia. En esta actividad se aportará información sobre la importancia y beneficios de comer frutas y verduras, beber lo recomendado de agua al día. Se hablará de las desventajas y consecuencias de seguir dietas inadecuadas y de las diferencias entre dieta sana y dieta insalubre. Además se hará referencia a la tendencia de Instagram *fitspiration*, así como las ventajas y consecuencias de ésta.
- Actividad 2: Salud física. Charla informativa de lo importante que es hacer deporte, beneficios que aporta el ejercicio físico sano, las diferencias que existen entre hacer deporte porque gusta y hacer deporte con el objetivo de conseguir un cuerpo delgado. Hacer hincapié en que cada persona tiene una constitución diferente y existen ocasiones en las que no se puede conseguir los objetivos deseados.
- Actividad 3: Exposiciones. Las chicas se dividirán por grupos y tendrán que incluir todos los beneficios que tiene la dieta saludable y las ventajas del ejercicio físico moderado con el fin de estar sanos, no por conseguir el ideal de belleza sociocultural. Posteriormente tendrán que hacer una puesta en común con los demás grupos.
- Actividad 4: Deportes. Preguntar quiénes hacen deporte y cuál con el fin de que promuevan el tipo que hacen, diciendo qué les aporta, como se sienten cuando lo hacen, por qué lo recomiendan, etc.

Materiales necesarios: Cuaderno, bolígrafos, proyector.

Sesión 8: Psicoeducación padres (1 hora y media).

Descripción: Esta sesión se compone de un taller plenamente informativo para los padres de las alumnas que participan en el proyecto. Se aportará información sobre la imagen corporal, las redes sociales y como éstas pueden influir en el bienestar psicológico y físico de las adolescentes.

Objetivos de la sesión:

(2) Adquirir y ampliar conocimientos sobre las redes sociales y trastorno imagen corporal.

- Conocer la evolución de sus hijas.

Taller 9: Psicoeducando a padres. En este taller se psicoeducará a los padres sobre el trastorno de imagen corporal, las redes sociales y las consecuencias que tienen en los adolescentes que no tienen una buena autoestima ni saben gestionar bien Internet y las redes sociales.

- Actividad 1: Imagen corporal. Se trata de hacer una charla informativa a los padres sobre el trastorno de imagen corporal. Informar sobre qué es, cómo influye, qué pasaría si no se interviene a tiempo, cómo influye el contexto social, familiar y virtual, y, por otro lado, como están respondiendo sus hijas al programa de prevención.
- Actividad 2: Redes sociales. Consiste también en aportar información a los padres sobre las redes sociales. Ampliar sus conocimientos sobre qué son, cómo funcionan, qué ventajas y desventajas tiene para los adolescentes y cómo sería un buen uso de éstas.
- Actividad 3: Visualización del vídeo “Trastornos alimentarios y persuasión – Margarita Gascó”. Este video servirá de apoyo para la sesión ya que está relacionado con la imagen corporal, los trastornos alimentarios y la vida saludable.
- Actividad 4: Resolución de dudas que tengan los padres a lo largo de la sesión y dar recomendaciones para que sepan apoyar y ayudar a sus hijos en diferentes ámbitos en relación con la autoestima e imagen corporal.

Materiales necesarios: proyector e Internet.

Sesión 9: Evaluación posttest (1 hora y media).

Descripción: Esta sesión es la última del programa. Consiste en volver a evaluar a las chicas mediante los cuestionarios que se utilizaron al principio. Por otro lado, también se reflexionará acerca de las sesiones que se han llevado a cabo pidiendo la opinión de las chicas y realizarán una encuesta de satisfacción.

Objetivos de la sesión:

- (1) Evaluar autoestima y autoconcepto.
- Evaluar si se han conseguido los objetivos

Taller 10: Evaluación final. En este taller, las chicas comenzarán realizando los dos cuestionarios que se realizaron en la primera sesión. Posteriormente se llevarán a cabo debates y reflexiones acerca del conocimiento que tienen ahora sobre la satisfacción de la imagen corporal, las redes sociales y en cómo estas influyen en la imagen corporal.

- Actividad 1: Realizarán el BSQ, el cuestionario de autoestima de Rosenberg y la encuesta de satisfacción del programa.
- Actividad 2: Reflexiones acerca de cómo se ha llevado a cabo el programa, cómo se han tratado los temas y las actividades que se han propuesto para la consecución de los objetivos.
- Actividad 3: Opiniones y consejos que las chicas tienen acerca de todo lo que se ha trabajado con ellas.
- Actividad 4: Para finalizar el programa, las chicas tendrán que escribir una carta destinada una persona que desconocen sabiendo solo lo que la formadora exponga de ella. La finalidad de la carta es aconsejar y apoyar a la persona del caso para animarla y ayudarla cuando tenga momentos de tristeza donde abunde la infravaloración personal. Al terminar, se les dirá que esa carta en realidad es personal y que la podrán leer cada vez que se sientan mal consigo mismas.

Materiales necesarios: bolígrafos, rotuladores, cuadernos y cuestionarios.

6. EVALUACIÓN

Para evaluar la efectividad del proyecto de prevención y la consecución de los objetivos específicos se utilizarán tres cuestionarios: Body Shape Questionnaire (Anexo 2), Escala de Autoestima de Rosenberg (Anexo 3) y Encuesta de satisfacción del programa (Anexo 4).

La metodología de evaluación utilizada será a través de un diseño pre test-post test, ya que los dos primeros cuestionarios mencionados anteriormente se llevarán a cabo tanto al principio como al final del programa. La efectividad de éste se conocerá mediante la comparación de las puntuaciones que se obtuvieron en ambos cuestionarios para cada

participante, analizando si existen diferencias significativas. Si tras el análisis existen esas diferencias, se podría decir que el programa ha sido efectivo, y si, por el contrario, no existieran, el programa tendría que sufrir modificaciones para su mejora y efectividad.

En la última sesión del programa, además de volver a usar el BSQ y la Escala de Autoestima de Rosenberg, se utilizará una Encuesta de satisfacción del programa con la finalidad de conocer la opinión y la satisfacción de las participantes en cuanto al programa, las sesiones y demás cuestiones a las que se hace alusión en el cuestionario.

7. DISCUSIÓN, LIMITACIONES Y PROPUESTA DE FUTURO.

La insatisfacción de la imagen corporal es un problema importante en la población adolescente. Son muchos los estudios realizados que manifiestan un aumento de este fenómeno y en gran medida se debe por el ideal de belleza sociocultural que existe y la influencia que ejerce sobre este problema las redes sociales. Es por eso por lo que programas como el que ha sido descrito anteriormente pueden ser muy beneficiosos para la mejora y prevención de problemas más graves que pueden desarrollarse a través de este si no se actúa, sobre todo en adolescentes ya que son los más vulnerables a las influencias de la sociedad por la etapa evolutiva en la que se encuentran. Este programa implica fundamento teórico y práctico con la finalidad de que las participantes a las que va destinado el programa actualicen sus conocimientos en cuanto a las redes sociales y aprendan nuevos conceptos sobre la imagen corporal, además de mejorar su autoestima, sus habilidades sociales, etc.

Con respecto a las limitaciones de este programa, se puede encontrar que los contenidos tratados no forman parte del currículo en educación, por lo que la participación está supeditada a la voluntariedad del alumnado que quiera participar en él. Por otro lado, al ser solo destinado a chicas se deja al margen la posibilidad de que los chicos también quieran participar, en ese caso el programa deberá sufrir algunas modificaciones para que su uso sea válido tanto con chicos como con chicas.

En cuanto a la propuesta de futuro, sería interesante que este programa de prevención se modificara con el fin de ajustarlo a alumnos y alumnas de todos los ciclos formativos de educación con la finalidad de que aprendan a trabajar la autoestima, el autoconcepto, y la autoaceptación desde edades tempranas. Para ello, sería de gran utilidad que los profesores se formaran para poder llevar a cabo este programa con los alumnos con el objetivo de que se pueda realizar todos los años en todas las edades de los ciclos

formativos. Por otro lado, también sería necesario que las instituciones educativas mostraran más interés en este tipo de talleres para prevenir situaciones de riesgo en la población adolescente.

Bajo mi punto de vista, sería de gran provecho añadir al currículo educativo cursos o talleres en el que se traten temas, no solo a nivel de imagen corporal, autoaceptación o autoestima, sino también sobre educación sexual, feminismo, adicciones al móvil, videojuegos y sustancias tóxicas. Se vive en una sociedad en la que se tiende más a intervenir que a prevenir, siendo lo segundo un recurso beneficioso y bueno para trabajar en la población tanto adolescente como con personas de menor edad.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya-Hernández, A., Álvarez-Rayón, G., Ortega-Luyando, M. y Mancilla-Díaz, J.M. (2017). Peer influence in preadolescents and adolescents: A predictor of body dissatisfaction and disordered eating behaviors. *Revista mexicana de trastornos alimentarios*, 8, 31-39.
- Alam, T. [ClickforTaz]. (2018, Enero 2). Is social media fake? – Instagram challenge [Archivo de video].
- Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=pwEoNU7RDM4>
- Arab, E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e Internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Asociación Estadounidense de Psiquiatría (2013). *Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (DSM-5). Madrid, España: Editorial Médica Panamericana.
- Atienza, F. L., Moreno, Y. y Balaguer, I. (2000). Análisis de la dimensionalidad de la Escala de Autoestima de Rosenberg en una muestra de adolescentes valencianos. *Revista de Psicología. Universitat Tarraconensis*, 22 (1-2), 29-42.
- Bandura, A. y Walters, R.H. (1987). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Brea Folgar, A.L. (2019). *Corporalidad online-offline. Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal en los adolescentes*. Universidad Autónoma de Barcelona, Cataluña.
- Cohen, R., Newton-John, T. y Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183-187
- Davies, B., Turner, M. y Udell, J. (2020). Add a comment... how fitspiration and body positive captions attached to social media images influence the mood and body esteem of Young female Instagram users. *Body image*, 33, 101-105. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.009>

- Escursell, R., Mora, R.M., Soler, M., Clos, A. y Zapater, I. (1996). Adaptación de un instrumento de evaluación de la insatisfacción corporal. *Clínica y Salud*, 7 (1), 51-66.
- Fardouly, J. y Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. doi: 10.1016/j.copsyc.2015.09.005
- Fatt, S.J., Fardouly, J. y Rapee, R.M. (2019). #malefitspo: Links between viewing fitspirations posts, muscular-ideal internalisation, appearance comparisons, body satisfaction, and exercise motivation in men. *New media and Society*, 1-15. doi:10.1177/1461444818821064
- Fernández García, L. (2017). *Programa de prevención en insatisfacción corporal en adolescentes*. (Trabajo de Fin de Grado). Universidad de Jaén.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140 doi:10.1177/001872675400700202
- Fredrickson, B. L. y Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: To ward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 173-206 <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- García, F., Portillo, J., Romo, J. y Benito, M. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Universidad de País Vasco.
- Gascó, M. [TEDxTalks]. (2018, Marzo 28). Trastornos alimentarios y persuasión. [Archivo de vídeo]
- Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Vc8B1EsfDzk>
- Gómez Castillo, B., Bricia Medina, I.G. y Mendieta Mercado, B.A. (2019). Relación entre la autopercepción de la imagen corporal y los trastornos de alimentación en mujeres estudiantes de licenciatura. *Revista internacional Psicología Sin Fronteras*, 2(3), 1-13.
- Heredia, N. y García, E. (2017). Posibles riesgos del uso de las redes sociales en adolescentes. *Revista de estudio e investigación en Psicología y Educación, Extra* (13), 1-5. <https://doi.org/10.17979/reipe.2017.0.13.2120>

- Hermann, L. (productor) y Moreira, P., Flaux, A. (directores). (2018). Adictos a las pantallas [documental]. Francia.: France Télévisions.
- IAB-Spain, Estudio Anual de Redes Sociales. (2019). Recuperado de: <https://ecommerce-news.es/estudio-anual-redes-sociales-2019-espana-100417>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). España. Recuperado de: https://www.ine.es/prensa/tich_2019.pdf
- Keane, L. y Loades, M. (2016). Review: Low self-esteem and internalizing disorders in young people - a systematic review. *Child and Adolescent Mental Health*, 22(1), 4-15. doi: 10.1111/camh.12204
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I. y Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls, *Media Psychology*, 21(1), 93-110. DOI: 10.1080/15213269.2016.1257392
- Ladera Otones, I. (2016). *La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima*. (Trabajo Fin de Máster) Universidad Pontificada Comillas, Madrid.
- Manrique Pincay, R.B., Manrique Suárez, R.L., Vallejo Flores, K.M., Manrique Suárez, C.C., Santamaría Robles, A.M. y Pincay Ávila, A.G. (2018). Trastornos corporales en adolescentes e influencia de los medios de comunicación. *Revista Cubana de Investigación Biomédicas*, 37(4), 1-11.
- Mañas-Viniegra, L., Núñez-Gómez, P. y Tur-Viñes, V. (2020). Neuromarketing as a strategic tool for predicting how Instagramers have an influence on the personal identity of adolescents and young people in Spain. *Heliyon*, 6(3). DOI:10.1016/j.heliyon.2020.e03578
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M.A. y Settani, M.(2017). Highly-Visual Social Media and Internalizin Symptoms in Adolescence: The Mediating Role of Body Image Concerns. *Computer in Human Behavior*, 82,63-69.
- Martínez, M. y Sánchez, E. (2016). Construcción de la identidad y uso de redes sociales en adolescentes de 15 años. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 2(4), 17-23.

- Mitchison, D., Hay, P., Slewa-Younan, S. y Mond, J. (2014). The changing demographic profile of eating disorder behaviors in the community. *BMC Public Health*, 14, 943.
- Organización Mundial de la Salud (2020). *Desarrollo de los adolescentes*. Recuperado de: https://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/
- Pérez, M. y Campillo, C. (2016). *Influencer engagement*, una estrategia de comunicación que conecta con la generación millennial (Trabajo de Fin de grado) Universidad de Alicante.
- Prichard, I., McLachlan, A. C., Lavis, T. y Tiggemann, M. (2018). The impact of different forms of# fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women. *Sex Roles*, 78(11–12), 789–798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>.
- Sabik, N.J., Falat, J. y Magagnos, J. (2019). When Self-Worth Depends on Social Media Feedback: Associations with Psychological Well-Being. *Sex Roles*, 82, 411- 421. <https://doi.org/10.1007/s11199-019-01062-8>
- Salaberria, K., Rodríguez, S. y Cruz, S. (2007). La percepción de la imagen corporal. *Osasunaz*, 8, 171-183.
- Salas Delgado, M.V. (2020). Convergencia entre nativos digitales e inmigrantes digitales. *Sinergias Educativas*, 5, 224-240. DOI: <https://doi.org/10.37954/se.v5i1>
- Seva Ruíz, M. y Casadó Marín, L.C. (2015). La construcción de la identidad e imagen corporal en la adolescencia a través de comunicación social: estrategias para el desarrollo de un modelo de prevención. *Enfermería integral*. 68-73.
- Schoeps, K., Tamarit, A., González, R. y Montoya-Castilla, I. (2019). Competencias emocionales y autoestima en la adolescencia: impacto sobre el ajuste psicológico. *Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 6(1), 51-56.
- Tiggemann, M., Anderberg, I. y Brown, Z. (2020). #Loveyourbody: The effect of body positive Instagram captions on women's body image. *Body Image*, 33, 129-136. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.015>
- Tiggemann, M. y Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": the effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image* 15, 61–67.

- Tiggemann, M. y Zaccardo, M. (2018). “Strong is the new skinny”: A content analysis of #fitspiration images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003–1011. doi:10.1177/1359105316639436
- Williams, R. [Prince Ea]. (2017, Julio 20). A message from your body. [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=YEP30_iM-ZI
- Williams, R. [Prince Ea]. (2019, Febrero 5). Dear girls, you’re ugly. [Archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=v129rsjYGeI>
- Young, K. S. (2007). Cognitive Behavior Therapy with Internet Addicts: Treatment Outcomes and Implications. *CyberPsychology & Behavior*, 10(5), 671–679. doi:10.1089/cpb.2007.9971

9. ANEXOS

Anexo 1. Consentimiento informado.

Don/doña _____ con DNI
_____ padre, madre o tutor/a legal de la alumna
_____ he sido informado/a sobre el
programa de prevención en relación a la imagen corporal en adolescentes y doy mi
consentimiento para que mi hija participe en el programa donde tendrá que realizar
distintos cuestionarios y asistir a los diferentes talleres para llevar a cabo actividades
relacionadas con la temática del programa.

Manifiesto haber sido informado/a con todo detalle de la duración y los procedimientos
que se realizarán a lo largo de todo el programa. Además, soy conocedor/a de la
confidencialidad de la información que se adquiera y de la protección de datos personales.

Fecha: de de 2020

Fdo:

Anexo 2. Body Shape Questionnaire (BSQ)

Nos gustaría saber cómo te has sentido respecto a tu figura en las cuatro últimas semanas.

		Nunca	Raramente	Algunas veces	A menudo	Muy a menudo	siempre
1	Cuando te aburres, ¿te preocupas por tu figura?						
2	¿Has estado tan preocupada por tu figura que has pensado que debías ponerte a dieta?						
3	¿Has pensado que tus muslos, caderas o nalgas (culo) son demasiado grandes en proporción con el resto de tu cuerpo?						
4	¿Has tenido miedo engordar?						
5	¿Te ha preocupado que tu carne no sea lo suficientemente firme?						
6	Sentirte llena (después de una gran comida), ¿te ha hecho sentir gorda?						
7	¿Te has sentido tan mal con tu figura que has llegado a llorar?						
8	¿Has evitado correr para que tu carne no botara?						
9	Estar con chicas delgadas, ¿te ha hecho fijar en tu figura?						
10	¿Te ha preocupado que tus muslos se ensanchen cuando te sientas?						
11	El hecho de comer poca comida, ¿te ha hecho sentir gorda?						
12	Al fijarte en la figura de otras chicas, ¿la has comparado con la tuya desfavorablemente?						
13	Pensar en tu figura, ¿ha interferido en tu capacidad de concentración (cuando miras la TV, lees o mantienes una conversación)?						
14	Estar desnuda (por ejemplo, cuando te duchas), ¿te ha hecho sentir gorda?						
15	¿Has evitado llevar ropa que marque tu figura?						
16	¿Te has imaginado cortando partes gruesas de tu cuerpo?						
17	Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías, ¿te ha hecho sentir gorda?						
18	¿Has evitado ir a actos sociales (por ejemplo, una fiesta) porque te has sentido mal con tu figura?						
19	¿Te has sentido excesivamente gorda o redondeada?						
20	¿Te has sentido acoquejado por tu cuerpo?						
21	Preocuparte por tu figura, ¿te ha hecho poner a dieta?						
22	¿Te has sentido más a gusto con tu figura cuando tu estómago estaba vacío (por ejemplo, por la mañana)?						
23	¿Has pensado que la figura que tienes es debido a tu falta de autocontrol?						

24	¿Te ha preocupado que otra gente vea michelines alrededor de tu cintura o estómago?						
25	¿Has pensado que no es justo que otras chicas sean más delgadas que tú?						
26	¿Has vomitado para sentirte más delgada?						
27	Cuando estás con otras personas, ¿te ha preocupado ocupar demasiado espacio (por ejemplo, sentándote en un sofá o en el autobús)?						
28	¿Te ha preocupado que tu carne tenga aspecto de piel de naranja (celulitis)?						
29	Verte reflejada en un espejo o en un escaparate, ¿te ha hecho sentir mal por tu figura?						
30	¿Te has pellizcado zonas del cuerpo para ver cuanta grasa tenías?						
31	¿Has evitado situaciones en las que la gente pudiese ver tu cuerpo (por ejemplo, en vestuarios comunes de piscinas o duchas)?						
32	¿Has tomado laxantes para sentirte más delgada?						
33	¿Te has fijado más en tu figura estando en compañía de otras personas?						
34	La preocupación por tu figura, ¿te ha hecho pensar que deberías hacer ejercicio?						

Anexo 3. Escala de Autoestima de Rosenberg.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1	Me siento una persona tan valiosa como las otras.	1	2	3	4
2	Generalmente me inclino a pensar que soy un fracaso.	1	2	3	4
3	Creo que tengo algunas cualidades buenas.	1	2	3	4
4	Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás.	1	2	3	4
5	Creo que no tengo mucho de lo que estar orgulloso.	1	2	3	4
6	Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.	1	2	3	4
7	En general me siento satisfecho conmigo mismo.	1	2	3	4
8	Me gustaría tener más respeto por mí mismo.	1	2	3	4
9	Realmente me siento inútil en algunas ocasiones.	1	2	3	4
10	A veces pienso que no sirvo para nada.	1	2	3	4

Anexo 4. Encuesta de satisfacción con el programa

A continuación, se presenta un cuestionario para evaluar su satisfacción con respecto al programa en el que ha participado. Para ello, tendrá que rodear o marcar con una X según su grado de acuerdo o desacuerdo, siendo una puntuación de 1 “totalmente en desacuerdo” y una puntuación de 4 “totalmente de acuerdo”. Se ruega que conteste de manera sincera ya que las respuestas que se den son totalmente anónimas.

La organización del programa ha sido correcta	1	2	3	4
La metodología empleada ha sido correcta	1	2	3	4
La duración de cada taller ha sido adecuada	1	2	3	4
La duración del programa ha sido conveniente	1	2	3	4
Atención y trato por parte del formador/a ha sido apropiada	1	2	3	4
Conocimientos adquiridos	1	2	3	4
Los medios utilizados han sido beneficiosos para la realización de cada taller	1	2	3	4
Se han cumplido los objetivos del programa	1	2	3	4
El programa es útil para repetirlo con otras adolescentes	1	2	3	4
Satisfacción general con el programa	1	2	3	4
Si tiene algún comentario o sugerencia con el propósito de mejorar el programa, por favor, indíquelo:				

Anexo 5. Críticas destructivas



Anexo 6. Yo ideal vs yo real

SESIÓN 3: Instagram VS realidad

Actividad 2: Yo ideal vs Yo real

#JuntasSomosFuertes



imreecen Hey you! 🙋 Stop scrolling for a second and think about how social media affects you. Have you ever felt "lost" in this world of perfection? Felt like you're not good enough, pretty enough, skinny or curvy enough? I know I have and I still do from time to time 🥺

All we see on the internet is perfect pictures, bodies, faces and lives. Guess what? It's not all as perfect as it seems! 🙋 We "influencers" get to choose what we post and we usually pick our "best" pictures. We choose to show what seems to be socially acceptable and what fits with the beauty standards of today's society. Nothing wrong with that but sadly it gives the world an unrealistic idea of life and human bodies 🙋

My body isn't made out of stone, it doesn't look like the bodies you see in magazines all the time. Why? Cause life isn't a freaking magazine! I walk around, enjoy life and my body doesn't give a fuck about beauty standards. Sadly our minds do care! 🥺

It's easy to compare yourself with insta perfection and feel bad. If I'd posted the pic on the right I'm sure I'd get comments like "goals". However, I posted the left one a while ago and people still message me making fun of the way my body looks in it! 🙋 Guess what, both pics are me, the same body, same vacation, both beautiful yet one of them fits beauty standards better than the other. Silly isn't it? 🙋

Whoever you are, please know that you are good enough! You are beautiful and deserve the best in life! Don't let your body or appearance hold you back in life! 🙋 Go live your life and amazing things will happen! 🙋

🙋 leave a "❤️" in the comments if you think we should love our bodies cause we're beautiful no matter what! Wishing you a day with lots of love, laughter and happiness! 🙋 oh and tag a friend who needs to read this 🙋 #togetherwearestronger #keepitreal #bodypositive #loveyourself

#JuntasSomosFuertes

¡Eh, tú! Deja de desplazarte por un segundo y piensa en cómo te afectan las redes sociales. ¿Alguna vez te has sentido "perdido" en este mundo de perfección? ¿Te sentiste como si no fueras lo suficientemente bueno, lo suficientemente bonito, flaco o curvilíneo? Sé que tengo y sigo haciéndolo de vez en cuando.

Todo lo que vemos en internet son imágenes perfectas, cuerpos, caras y vidas. ¿Adivina qué? No todo es tan perfecto como parece. Los "influencers" elegimos lo que publicamos y generalmente elegimos nuestras "mejores" imágenes. Elegimos mostrar lo que parece ser socialmente aceptable y lo que encaja con el estándar de belleza de la sociedad actual. No tiene nada de malo, pero lamentablemente le da al mundo una idea poco realista de la vida y los cuerpos humanos.

#JuntasSomosFuertes

Mi cuerpo no está hecho de piedra, no se parece a los cuerpos que ves en revistas todo el tiempo. ¿Por qué? ¡Porque la vida no es una maldita revista! Camino, disfruto de la vida y a mi cuerpo no le importan los estándares de belleza. Tristemente nuestras mentes se preocupan.

Es fácil compararte con la perfección instantánea y sentirte mal. Si hubiera publicado la foto a la derecha, estoy seguro de que recibiría comentarios como "objetivos". Sin embargo, publiqué el de la izquierda hace un tiempo y la gente todavía me envía mensajes burlándose de la forma en que mi cuerpo se ve en él. mejor que el otro ¿qué tontería no?

Quienquiera que sea, ¡sepa que es lo suficientemente bueno! ¡Eres hermosa y mereces lo mejor de la vida! No dejes que tu cuerpo o apariencia te detenga en la vida. ¡Vive tu vida y sucederán cosas increíbles!

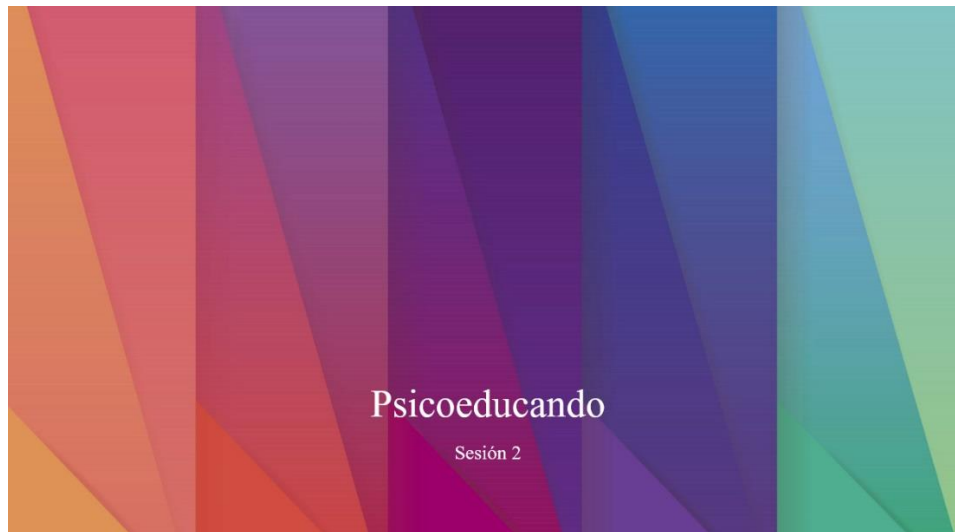
Anexo 7. Presupuesto de recursos

Partida	p/u	Unidades	Total
<i>Recursos humanos</i>			
- Profesional de la psicología	60€/h	15 horas	900€
			Subtotal: 900€
<i>Recursos materiales</i>			
<i>Materiales Fungibles</i>			
- Paquete de 100 folios A4 de 80 gr.	3,99€	2	7,98€
- Paquete de 10 bolígrafos Bic color azul	4,10€	2	8,20€
- Paquete de 15 bolígrafos Bic cristal multicolor	6,25€	2	12,50€
- Paquete de 26 rotuladores Bic. 18+6.	5,90€	1	5,90€
- Paquete de 8 cuadernos. Javale Kraft	16,35€	3	49,05€
- Tóner impresora blanco y negro	19,90€	1	19,90€
- Tóner impresora color	32,99€	1	32,99€
- Body shape questionnaire	47,62€	1	47,62€
- Papel fotográfico 10x15 100 hojas	14,28€	1	14,28€
<i>Materiales Inventariables</i>			
- Pendrive 32GB Toshiba	7,73€	1	7,73€
- Impresora multifunción		1	
- Proyector		1	
- Ordenador portátil/mesa			
- Espejo de puerta de cuerpo	28,45€	1	28,45€
			Subtotal 2: 241,60€
<i>Otros gastos</i>			
	50€	1	50€
- Regalos	50€	1	50€
- Imprevistos			Subtotal 3: 100€
			Total: 1.241,60€

Nota: Algunos de los materiales inventariables deben correr a cargo de la institución

donde se lleve a cabo el programa de prevención.

Anexo 8. Psicoeducando



Adolescencia

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la adolescencia

- Periodo de crecimiento y desarrollo humano
- Después de la niñez y antes de la edad adulta
- 10 – 19 años
- Etapa de transición muy importante en la vida del ser humano
 - * ritmo acelerado de crecimiento y de cambios
 - * diversos procesos biológicos
 - * comienzo de la pubertad
- Periodo de preparación para la edad adulta

Adolescencia

La adolescencia se divide en tres etapas y cada etapa se caracteriza por cambios físicos, sexuales, cognitivos, sociales y emocionales.

1. Adolescencia temprana (10-13 años)

- Los cambios corporales pueden generar curiosidad: identidad de género
- Ideas extremas: bien o mal, blanco o negro
 - sentirse cohibidos por apariencia
 - juzgados por sus pares
- Mayor necesidad de privacidad

2. Adolescencia media (14-17 años)

- Los cambios corporales continúan en esta etapa pero más desarrollados. (Acné, voz grave...)
- Interés por las relaciones románticas y sexuales
 - autoestimulación (masturbación)
- Lucha de independencia familiar
- Preocupación por imagen y apariencia. Influencia de los pares.
- Cerebro cambia y madura pero sigue habiendo diferencias en pensamientos e ideas

Adolescencia

3. Adolescencia tardía (18-21 años o más)

- Desarrollo físico completado
- Más control de impulsos. Sopesar riesgos y recompensas.
- Propios valores: se centran más en su futuro
- Amistad y relaciones románticas → más duraderas y estables
- Independencia familiar emocional y física

Adolescencia

Según un estudio realizado por la Universidad de Sevilla:

“La adolescencia es una etapa especialmente vulnerable para experimentar problemas de imagen corporal, ya que es un momento en el ciclo vital caracterizado por cambios fisiológicos, emocionales, cognitivos y, sobre todo, sociales que contribuyen a que se incremente la preocupación por la apariencia física”

Muestra de 21.811 chicos y chicas adolescentes (11-18 años)

CHICAS	CHICOS
Deseo de estar más delgadas	Corpulencia
IMC normal	IMC obesidad/sobrepeso
Percepción del propio cuerpo como obeso	-
Insatisfacción cuerpo → obeso	Insatisfacción cuerpo → no obeso

RESULTADOS: la razón por la que los chicos y chicas adolescentes llevan a cabo dietas para perder peso, no es tanto su peso real como la percepción que tienen de su cuerpo y cuánto de satisfechos están con su imagen corporal.

Imagen corporal

Algunos autores la definen como:

- La percepción, el conocimiento y el sentir de cada persona respecto a su propio cuerpo.
- La representación del cuerpo que cada persona construye en su mente (Raich, 2000) y la vivencia que tiene del propio cuerpo (Guimón, 1999).

La imagen corporal engloba distintas variables:

- Aspectos perceptivos
- Aspectos cognitivos – afectivos
- Aspectos conductuales

Imagen corporal

IDEAL DE BELLEZA SOCIOCULTURAL

- El canon de belleza es el conjunto de características que una sociedad considera convencionalmente como hermoso o atractivo.
- Varía dependiendo de la época y la cultura.
- Actualmente → modelo corporal delgado difícil de alcanzar.

LAS REDES SOCIALES

- Dentro del mundo de las redes sociales → la gente joven vive su vida bajo la mirada de un público virtual
- Obtener "likes" → fotos, publicaciones o comentarios → potente sensación de satisfacción y de aceptación dentro de la comunidad.

Pero...

- ¿Puede esta constante búsqueda de aceptación provocar pensamientos negativos respecto a la imagen corporal?
- ¿La interminable comparación con las fotos de otras personas en Internet hace que la gente se sienta insatisfecha con su apariencia?

LAS REDES SOCIALES

"Si bien las redes sociales no son la causa de la baja autoestima, cuentan con todos los elementos adecuados para contribuir a ella. Las redes sociales crean un entorno donde los pensamientos y comportamientos desorganizados prosperan genuinamente".

- Claire Mysko

LAS REDES SOCIALES

Adolescente vulnerable al perfeccionismo, la ansiedad o los trastornos alimenticios → las imágenes (en general retocadas digitalmente) de mujeres delgadas que aparecen en Internet → relacionan la delgadez con la felicidad.

El reconocimiento de otros usuarios de las redes sociales → "¡Te ves genial!", "¿Bajaste de peso?", etc. → falsa satisfacción a su necesidad de aceptación y distorsiona aún más la imagen que tiene de su cuerpo.

LAS REDES SOCIALES Y LA IMAGEN CORPORAL

